

FONDS DES MÉDIAS DU CANADA

GRUPE DE TRAVAIL SUR LE VOLET EXPÉRIMENTAL

Le 17 novembre 2022, de 13 h 30 à 16 h 30 (HE)

Téléconférence par Zoom

Introduction

En juin 2021, le FMC a entendu un millier d'intervenants et d'intervenantes dans le cadre de consultations sur l'évolution de l'industrie. Les commentaires reçus ont été synthétisés dans le rapport [Nourrir la flamme : ce que nous avons entendu](#).

Les parties prenantes de l'industrie conviennent que le FMC joue et doit continuer de jouer son rôle unique et fondamental au sein de l'industrie des écrans — favoriser, financer et promouvoir les propriétés intellectuelles (PI) et le contenu canadiens destinés aux écrans, créés et détenus par des Canadiennes et des Canadiens, vus et vécus par les gens d'ici —, mais qu'il est essentiel qu'il élargisse la façon dont il s'acquitte de ce mandat pour faire écho à la nature mondiale et multiplateforme de l'industrie.

Par ailleurs, elles conviennent généralement qu'il est nécessaire de modifier le modèle de financement du FMC. Pendant toutes les consultations, les participants et les participantes ont exprimé leur soutien envers l'adoption par le FMC d'une démarche à la flexibilité accrue, axée sur le contenu sans égard à la plateforme, qui permettra aux sociétés de production, aux créatrices et aux créateurs, aux propriétés intellectuelles (PI) et au contenu d'ici de connaître du succès au pays et à l'étranger.

Certains des changements demandés par les intervenantes et les intervenants ne seront possibles que si le financement est accru et si les exigences contraignantes prévues par l'entente de contribution du FMC avec Patrimoine canadien sont allégées. Toutefois, le FMC a commencé à aborder d'autres éléments qui seront élargis au fil du temps (p. ex., politiques en matière de croissance et d'inclusion, financement d'un portfolio de projets dans le Volet convergent).

Au moment où l'industrie audiovisuelle émerge d'une période de perturbations attribuables à la pandémie, le FMC reconnaît les possibilités de croissance et d'innovation qui se présentent pour le secteur des médias numériques interactifs.

Compte tenu des bouleversements qui surviennent sur le marché et du calendrier de versement éventuel de nouveaux fonds (de pair avec la réforme législative), le FMC doit maintenir les mesures de soutien actuelles (en étirant le modèle le plus possible) tout en jetant les bases d'un nouveau modèle de financement du contenu innovateur pour s'assurer d'être prêt pour l'avenir et veiller à ce que l'industrie continue de croître.

Les groupes de travail sur le contenu linéaire se sont réunis au début de l'automne. Les notes d'information afférentes peuvent être consultées [ici](#).

Thèmes de discussion

A. Programmes 2023-2024

1. Financement à l'étape de la production
2. Répartition du financement entre les différents programmes du Volet expérimental

B. Futur modèle de programme — contenu non linéaire

1. Placement de la croissance et de l'inclusion au centre des discussions
 - a. Responsabilisation dans la création de contenu et positionnement narratif
 - b. Programmes et initiatives
2. Responsabilité à l'égard de l'environnement et production durable
3. Renforcement des capacités et création de PI
4. Approche à l'international
5. Éléments de transition en vue d'un nouveau modèle de programme
6. Définition du contenu canadien

A. Programmes 2023-2024

1. Financement à l'étape de la production

Le Programme pour les projets commerciaux (2PC) a été créé pour corriger le déséquilibre entre les objectifs contradictoires d'innovation et de commercialisation au sein du Volet expérimental. Malgré l'accent mis sur le succès commercial au sein du 2PC, aucune distinction n'est faite entre les types de contenu admissibles à ce programme et ceux admissibles au Programme d'innovation et d'expérimentation.

Si le FMC croyait que les types de projets pensés dans un esprit commercial (comme les jeux) trouveraient naturellement leur place au 2PC, ce sont encore les jeux qui dominent dans les demandes déposées au titre du Programme d'innovation et d'expérimentation.

En effet, la part des demandes soumises au 2PC visant des jeux a augmenté, pour atteindre 85 % des demandes déposées en 2021-2022. Néanmoins, les jeux représentent 72 % des demandes soumises au Programme d'innovation et d'expérimentation. Du reste, ils constituaient respectivement 82 % et 84 % des demandes déposées au 2PC et au Programme d'innovation et d'expérimentation en 2022-2023.

En moyenne, au cours des trois dernières années, une part de 76 % du budget du Volet expérimental a été octroyée à des jeux, cette proportion ayant atteint un sommet, à 77 %, en 2019-2020.

Le FMC reconnaît que le secteur des jeux occupe une place énorme au Canada et souhaite continuer d'y consacrer des ressources, mais il veut aussi s'assurer de financer des contenus interactifs et immersifs qui ne sont pas exclusivement des jeux numériques.

- **À la lumière de ce qui précède, le FMC devrait-il revoir la division actuelle de l'aide à la production de projets interactifs dans le Volet expérimental (innovation/visées commerciales), pour la séparer différemment?**
- **Quels autres éléments le FMC doit-il prendre en considération pour stimuler les projets médias numériques interactifs qui ne sont pas des jeux au sein des demandes retenues (p. ex., facteurs d'évaluation qui encouragent le contenu non destiné au jeu)?**
- **La quantité de jeux financés par le FMC devrait-elle être plafonnée et, si tel est le cas, quel pourcentage de contenu destiné au jeu serait-il approprié de financer?**
- **En plus d'intégrer des mécanismes pour gérer le nombre de jeux que le FMC finance, est-ce que le Volet expérimental devrait intégrer d'autres critères (p. ex., la taille du projet, le montant de la contribution, l'expérience du requérant, etc.)?**

2. Répartition du budget du Volet expérimental

Depuis son lancement, en 2010, le Volet expérimental a été modifié à plusieurs reprises.

Le Programme de partenariats avec des accélérateurs (2PA) a été établi en 2013-2014 pour offrir aux sociétés productrices de projets médias numériques recevant du financement au titre du Volet expérimental du FMC un meilleur accès aux marchés, à du mentorat et à des capitaux en les mettant en relation avec des accélérateurs canadiens et étrangers.

Comme il a été mentionné précédemment, le FMC a créé le Programme pour les projets commerciaux (2PC) en 2016-2017 pour corriger le déséquilibre entre les objectifs contradictoires d'innovation et de commercialisation au sein du Volet expérimental.

En 2019-2020, le FMC a créé le Programme de conceptualisation pour soutenir des projets qui en sont au début du processus de création, dans le but d'accroître leurs chances d'avoir du succès aux étapes ultérieures de financement. Ce programme recevait un nombre excédentaire de demandes dans les premières années suivant sa création, mais ce nombre a diminué récemment, comparativement aux autres programmes du Volet expérimental destinés au contenu interactif (2PC, programmes de prototypage, d'innovation, etc.).

Le FMC cherche à trouver un équilibre dans ses exigences d'admissibilité pour encourager une diversité de requérants et de demandes dans tous ses programmes, tout en évitant la sursouscription. De plus, ce ne sont pas tous les requérants qui ont besoin de soutien à toutes les étapes d'un projet.

L'annexe A ci-jointe comporte des données sur le nombre de demandes, les projets financés et le financement.

- **Quels éléments le FMC doit-il prendre en considération dans la répartition du budget de programme de la portion interactive du Volet expérimental?**
- **Y a-t-il des tendances au sein du secteur des médias numériques interactifs qui font écho à la nécessité de modifier la répartition du budget de programme pour mieux soutenir les projets du Volet expérimental aux différentes phases?**

B. Futur modèle de programme — contenu non linéaire

1. Placement de la croissance et de l'inclusion au centre des discussions

Au début de 2021, grâce à un financement accru du gouvernement fédéral, le FMC a lancé sa [Stratégie d'équité et d'inclusion](#). Ce financement supplémentaire de 20 millions de dollars sur trois ans (qui devrait prendre fin en 2023-2024) vise à soutenir les groupes en quête d'équité et de souveraineté de tout le pays. Depuis la mise en œuvre de la stratégie, le FMC a entrepris un certain nombre d'initiatives, y compris l'élargissement de ses programmes et mesures incitatives destinés à ces groupes, la création de nouveaux programmes et mesures, l'actualisation de ses politiques et de ses Principes directeurs, le soutien à des initiatives de développement de l'industrie, la hausse du soutien à l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap et le renforcement de ses initiatives de collecte de données.

Le FMC reconnaît que les créatrices et les créateurs des groupes en quête d'équité et de souveraineté se butent depuis longtemps à des obstacles à l'accès au financement. Ces obstacles ont donné lieu à un manque flagrant de diversité dans la narration canadienne et de représentation concrète et variée (notamment en ce qui concerne l'authenticité dans les récits et le positionnement narratif) à la fois sur les écrans et hors des écrans, ainsi qu'à des manques en ce qui a trait à la détention de propriétés intellectuelles et à la croissance des entreprises.

a. Responsabilisation dans la création de contenu et positionnement narratif

En ce qui a trait au positionnement narratif (la façon dont le contexte dans lequel se trouve un individu ou l'identité de ce dernier influe sur sa façon de voir le monde), le rôle du FMC consiste à encourager une plus grande responsabilisation, une plus grande transparence et une mobilisation accrue au sein des groupes concernés. La Stratégie d'équité et d'inclusion 2021-2023 du FMC précise que :

Le mandat du FMC, qui vise à favoriser la diversité des voix, sous-tend la responsabilité de soutenir les artistes et les créateurs de groupes sous-représentés, afin de leur permettre de faire entendre leurs voix et de faire connaître leurs histoires et leurs perspectives par la création et l'exploitation de contenu¹.

En outre, à mesure que l'inclusion et la participation d'intervenantes et d'intervenants issus de groupes en quête d'équité et de souveraineté s'accroissent au sein de l'industrie, d'importantes questions se posent à l'égard de la responsabilisation et du positionnement narratif par rapport à la création de contenu, à l'engagement responsable auprès des communautés et à l'équité d'accès.

C'est pourquoi le FMC songe à élaborer une nouvelle politique et de nouveaux processus en vertu desquels tous les requérants pourraient devoir indiquer leurs motivations et leur intérêt envers le sujet du projet, ainsi que leurs relations avec le contenu et la façon dont ils feraient participer de façon responsable le ou les groupes concernés.

- **Dans le cadre du Programme pilote destiné aux communautés racisées (PPCR) et du Programme autochtone du Volet convergent, le FMC demande aux requérants de remplir une Déclaration de la productrice ou du producteur². De quelle façon le FMC devrait-il faire évoluer ce document en vue de recueillir plus d'informations quant au positionnement narratif des requérants et des équipes de création dans tous les programmes du FMC, y compris ceux du Volet expérimental?**
 - Cette démarche permettra-t-elle d'accroître la responsabilisation dans la création de contenu?
 - Quels autres mécanismes permettraient au FMC d'atteindre son objectif d'encourager une transparence et une responsabilisation accrues?
- **Compte tenu de la nécessité urgente de s'assurer que toutes les communautés et tous les groupes vulnérables du Canada sont représentés de façon respectueuse et responsable, quels mécanismes le FMC doit-il envisager afin d'assurer le respect des normes les plus élevées dans la représentation, et ce, à toutes les phases de la création de contenu (conceptualisation, prototypage, développement, distribution)?**
 - Comment peut-on encourager l'adoption de pratiques responsables au sein du FMC et dans l'ensemble de l'industrie?
 - Comment pourra-t-on mesurer l'adoption de pratiques responsables?

¹ Vous pouvez consulter la Stratégie d'équité et d'inclusion du FMC dans son [site Web](#).

² En 2021-2022, le FMC a mis en place l'exigence de la Déclaration de la productrice ou du producteur dans les critères d'évaluation du Programme autochtone et du Programme pilote destiné aux communautés racisées. Les requérants doivent y expliquer le lien précis entre l'équipe de production et de création et le matériel soumis et la mesure dans laquelle ces équipes sont culturellement habilitées à raconter l'histoire ou à explorer le sujet en question : <https://cmf-fmc.ca/fr/document/declaration-du-producteur-2/>.

b. Programmes et initiatives

Par l'intermédiaire de PERSONA-ID, son nouveau système d'auto-identification volontaire, le FMC vise à mesurer la représentation démographique et la participation des requérants et des personnes qui occupent des postes créatifs clés dans leurs projets. En outre, le FMC, principalement grâce au travail de l'équipe Croissance et inclusion, établit de plus en plus de collaborations et de partenariats, tout en menant des recherches pour mieux comprendre les besoins de différents groupes en quête d'équité et de souveraineté. Par ses consultations régulières, le FMC continue d'échanger avec l'ensemble des intervenantes et des intervenants de l'industrie, échanges qui lui permettent de nourrir l'élaboration de ses futurs programmes et politiques.

Grâce à des possibilités accrues, pour les groupes en quête d'équité et de souveraineté, de créer des contenus et de transmettre leurs propres histoires, les auditoires d'ici et d'ailleurs auront la chance de découvrir la grande diversité et l'énorme créativité du Canada et de lui faire honneur.

Le FMC continuera de proposer des mesures visant à créer des portes d'entrée et des trajectoires de réussite au sein de l'industrie pour l'ensemble des créatrices et des créateurs. Il établira également des dispositifs de mesure et définira des objectifs dans tous ses programmes afin d'assurer la responsabilisation et la transparence dans l'accès au financement, la création de contenu, la représentation et les retombées des programmes. Le FMC continuera en outre de chercher des solutions pour accroître la collaboration entre les différentes parties de l'industrie et d'établir des partenariats afin d'encourager la croissance et l'inclusion dans le milieu audiovisuel.

- **En 2017-2018, le FMC a mis en place le critère de parité hommes-femmes dans la grille d'évaluation des programmes du Volet expérimental. Par ailleurs, en 2021-2022, le FMC a mis en place un critère d'évaluation et réservé des fonds des budgets de programme pour encourager la diversité et l'inclusion.**

Outre ces initiatives, quelles autres mesures le FMC devrait-il envisager de mettre en place au sein de ses programmes pour favoriser l'accroissement de l'accès et la stabilité à long terme des créatrices et des créateurs issus de groupes en quête d'équité et de souveraineté?

Est-ce que le FMC devrait réévaluer une mesure particulière parmi l'ensemble des mesures liées à la parité des genres ou à la diversité et à l'inclusion actuellement en place?

- **Par son système PERSONA-ID, le FMC s'est engagé à mener une initiative de collecte de données pour répondre à son objectif de représentation de l'ensemble du Canada et s'assurer que l'élaboration de ses politiques, de ses programmes et de ses stratégies, dont la Stratégie d'équité et d'inclusion, est fondée sur des données. De quelle façon le FMC pourra-t-il encourager les studios à créer un profil dans PERSONA-ID et à l'inclure dans les formulaires de demande? Quel type de rapport de données serait utile à l'industrie pour l'aider à améliorer sa représentativité?**
- **En 2021-2022, le FMC a lancé son initiative [d'Aide à l'accessibilité](#), qui offre une aide financière aux individus qui se déclarent comme « personne en situation de handicap » afin de leur permettre de surmonter les obstacles auxquels ils pourraient se buter au cours du processus de demande de financement des programmes du FMC. Quelles autres mesures le FMC devrait-il envisager pour accroître l'aide à l'industrie et l'accès à la création de contenu pour les personnes en situation de handicap?**

2. Responsabilité à l'égard de l'environnement et production durable

En décembre 2015, le Canada et 195 autres parties ont signé l'Accord de Paris, lequel forme la base des engagements du Canada à l'égard de la réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) et de l'urgence de lutter contre les changements climatiques. L'industrie audiovisuelle a également un rôle à jouer à ce chapitre.

En 2021, le FMC a commencé à encourager les requérants à mettre en place des pratiques respectueuses de l'environnement, à recourir à des technologies propres et à réduire l'utilisation non durable de ressources dans le développement, la production et l'exploitation de leurs projets.

- **Quels outils le secteur des médias numériques interactifs utilise-t-il pour mesurer son empreinte environnementale et établir des politiques et des pratiques en vue de la réduire?**
- **De quelle façon le FMC peut-il soutenir les intervenantes et les intervenants de l'industrie dans leur volonté d'adopter des pratiques respectueuses de l'environnement?**
- **Quelles dépenses devraient être considérées comme des dépenses admissibles dans les devis des projets pour aider les créatrices et les créateurs de contenu audiovisuel à prendre ce virage vers des pratiques respectueuses de l'environnement?**
- **Comment le FMC peut-il favoriser la collaboration et soutenir la transformation de l'industrie vers une diminution de son empreinte carbone et de ses émissions de GES, et l'adoption de modèles respectueux de l'environnement?**

3. Renforcement des capacités et création de PI

Le FMC offre une variété de programmes de développement et de partenariats pour soutenir la création de PI canadiennes. Dans le Volet convergent, les premières étapes du développement des PI sont soutenues par le truchement du Programme de prédéveloppement et du Programme de développement. Dans le Volet expérimental, ces premières étapes sont soutenues dans le cadre du Programme de conceptualisation et du Programme de prototypage. En outre, ces dernières années, le FMC a piloté des programmes de développement de PI pour offrir du soutien flexible aux premières étapes du développement au sein du Volet convergent, notamment le Programme pilote de développement d'un ensemble de projets.

Puisque la production de contenu est de plus en plus mondialisée et les contenus pensés pour de vastes marchés, on assiste à l'émergence de nouveaux partenaires et débouchés. En outre, les productrices, les producteurs, les créatrices et les créateurs se font dire que le développement de leurs projets doit être avancé s'ils veulent les présenter en prévente, même sur le marché canadien.

- **De quelle façon le FMC peut-il mieux soutenir la conceptualisation et les premières étapes du développement?**
- **Le FMC devrait-il allouer une portion accrue de ses ressources au financement des premières étapes du développement?**
- **De quelles autres façons le FMC peut-il soutenir le développement de PI canadiennes et le renforcement des compétences?**
- **Le soutien au contenu comporte certains risques à l'étape de la conceptualisation, du prototypage et des premières étapes du développement. Comment le FMC peut-il mesurer le succès de ces initiatives? Devrait-on revoir l'ensemble des programmes de développement de façon à répondre aux besoins de l'industrie et à avoir des retombées accrues?**

4. Approche à l'international

Le FMC fait la promotion de l'excellence canadienne au pays et partout dans le monde — celle des contenus et celle des créatrices et des créateurs. En soutenant des événements, des initiatives, ainsi que des programmes et des partenariats stratégiques, il aide les histoires et les PI canadiennes à entrer sur les marchés et favorise les débouchés internationaux. Bon nombre de ces initiatives ont été mises sur pied avec des pays qui ont déjà conclu des ententes et des traités avec le Canada ainsi qu'avec des industries audiovisuelles et des fonds de soutien bien établis; cependant, ces traités s'appliquent très rarement aux projets médias numériques interactifs.

Puisque la production de contenu est de plus en plus mondialisée et que les possibilités d'atteindre de nouveaux marchés augmentent, le FMC évalue des façons de favoriser l'accès aux marchés étrangers, d'attirer de nouvelles sources d'investissements dans les projets audiovisuels canadiens et d'encourager une approche inclusive dans les activités qu'il soutient.

- **Quels sont les principaux marchés que le FMC devrait cibler dans les prochaines années?**
- **Comment le FMC peut-il stimuler les ventes et l'accès aux marchés étrangers (p. ex., mesures incitatives, fonds de contrepartie [« matching funds »], marchés ciblés)?**
- **Comment le FMC peut-il contribuer à attirer des investissements dans des projets canadiens?**
- **Y a-t-il des façons plus inclusives que les méthodes actuelles de soutenir l'accès aux marchés internationaux?**
- **À quelle étape l'industrie a-t-elle le plus besoin d'avoir accès à des débouchés internationaux? En quoi ces débouchés diffèrent-ils?**

5. Éléments de transition en vue d'un nouveau modèle de programme

Dans le rapport *Nourrir la flamme* (voir le lien ci-dessus), le FMC mentionne l'adoption d'un modèle axé sur le contenu sans égard à la plateforme. Cette démarche fait écho au travail de l'industrie dans le développement de PI pour de multiples plateformes et aux habitudes des auditoires, qui écoutent du contenu de multiples façons sur différentes plateformes.

- **Dans sa transition vers une démarche axée sur le contenu sans égard à la plateforme, qu'est-ce que le FMC doit prendre en considération?**
- **Quel serait le calendrier le plus réaliste de cette transition afin de permettre à l'industrie de s'adapter et de tirer profit des nouvelles possibilités? Quels délais seront nécessaires pour permettre à l'industrie de s'adapter si des changements importants étaient apportés aux programmes?**
- **Y a-t-il des enjeux particuliers à prendre en compte quant à la façon dont les projets sont conçus, développés et créés dans le secteur des médias numériques interactifs?**

6. Définition du contenu canadien

Au sein de l'industrie, il n'est pas rare que la question de savoir si les médias numériques interactifs constituent un bien culturel ou un produit fasse l'objet de débats. En sa qualité d'organisme de financement du contenu, et pour les besoins de sa consultation, le FMC cherche à obtenir des commentaires sur les retombées culturelles des médias numériques en tant que contenu.

En septembre 2022³, le FMC a amorcé un dialogue sur la redéfinition du contenu canadien pour l'industrie. En plus des panels ou des articles d'opinion, le FMC souhaiterait entendre l'industrie sur les thèmes, les questions et les enjeux qui devraient être pris en considération.

Ce sont le projet de loi C-11 et la modernisation imminente de la *Loi sur la radiodiffusion* qui ont donné lieu à cette conversation. Dans le Volet convergent, le CMF applique des critères semblables aux systèmes de points utilisés par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC) et le CRTC. Dans le Volet expérimental, le FMC considère que les sociétés requérantes et les dépenses doivent être canadiennes pour être admissibles⁴.

Les commentaires reçus des intervenantes et des intervenants contribueront à préparer un sondage auprès de l'industrie qui devrait être mené au début de 2023.

- **De quelle façon pourrait-on élargir la définition de contenu canadien à appliquer aux projets du Volet expérimental?**
- **Quels éléments devraient-ils faire partie de la nouvelle définition?**
 - **Personnel clé du projet et calcul des points attribués?**
 - **Titularité et contrôle des PI?**
 - **Dépenses minimales en main-d'œuvre canadienne ou autres dépenses canadiennes?**
 - **Est-ce que seul le contenu diffusé auprès du public canadien par un éditeur, une plateforme ou un service canadien devrait être considéré comme canadien?**
 - **Le contenu diffusé par un éditeur, une plateforme ou un service étranger à des auditoires canadiens devrait-il l'être également?**
- **En quoi une nouvelle définition contribuera-t-elle à accroître l'inclusion et la diversité du contenu au sein de l'industrie?**
- **De quelle façon la définition s'appliquera-t-elle aux créatrices et aux créateurs de projets d'abord numériques ou à la production d'abord numérique?**
- **Quelles sont les incidences possibles de la définition sur les coproductions internationales?**

³ <https://cmf-fmc.ca/fr/news/le-fmc-suscite-un-dialogue-sur-le-contenu-canadien-dans-lensemble-de-lindustrie/>.

⁴ Voir la section 3, <https://cmf-fmc.ca/fr/document/innovation-et-dexperimentation-principes-directeurs>.

ANNEXE A

Tableau 1 — Financement versé au titre d'un programme interactif du Volet expérimental

k\$	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
<i>Programme d'innovation et d'expérimentation</i>					
<i>Budget de programme original</i>	19 949	19 100	18 318	13 349	15 000
<i>Engagements</i>	21 493	19 397	18 318	14 991	14 543
<i>Total des demandes</i>	67 349	54 955	70 276	63 972	55 081
<i>Projets commerciaux</i>					
<i>Budget de programme original</i>	8 001	7 200	8 180	13 348	15 000
<i>Engagements</i>	4 534	6 567	8 180	12 636	14 494
<i>Total des demandes</i>	9 819	12 200	31 608	41 329	43 900
<i>Prototypage</i>					
<i>Budget de programme original</i>	5 700	7 500	8 568	7 600	8 291
<i>Engagements</i>	7 068	7 480	8 568	8 997	8 477
<i>Total des demandes</i>	40 727	33 220	25 936	35 533	33 888
<i>Conceptualisation</i>					
<i>Budget de programme original</i>			484	810	1 310
<i>Engagements</i>			484	819	1 020
<i>Accélérateurs</i>					
<i>Budget de programme original</i>	600	600	510	300	300
<i>Engagements</i>	450	480	300	270	450

Tableau 2 — Nombre de demandes reçues au titre d'un programme interactif du Volet expérimental

<i>Nombre de demandes</i>	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
<i>Programme d'innovation et d'expérimentation</i>					
<i>Total des demandes</i>	113	90	90	95	74
<i>Total de projets financés</i>	32	28	20	22	17
<i>Projets commerciaux</i>					
<i>Total des demandes</i>	25	19	37	49	52
<i>Total de projets financés</i>	9	9	9	14	15
<i>Prototypage</i>					
<i>Total des demandes</i>	195	183	153	203	188
<i>Total de projets financés</i>	32	41	45	45	41
<i>Conceptualisation</i>					
<i>Total de projets financés</i>			41	56	71
<i>Accélérateurs</i>					
<i>Total de projets financés</i>	15	16	10	9	15

Nota : Le financement du Programme de conceptualisation et du Programme des accélérateurs est versé selon le principe du « premier arrivé, premier servi ». Ces programmes ferment lorsque les fonds sont épuisés, s'ils le sont. Toutefois, des fonds peuvent leur être transférés d'un autre programme n'ayant pas reçu un nombre suffisant de demandes pour financer les dernières demandes.

Tableau 3 — Catégories financées dans le cadre d'un programme interactif du Volet expérimental

<i>Nombre de projets de production</i>	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
<i>Jeux</i>	28	26	23	26	26
<i>Contenu interactif riche et vidéos</i>	8	8	1	7	2
<i>Logiciels</i>	5	3	5	3	4
Total	41	37	29	36	32